

PENGARUH ASSURANCE SUSTAINABILITY REPORT TERHADAP MARKET VALUE PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI PADA TAHUN 2011-2013

Hanif Rahmansyah, Faisal¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Currently Indonesian companies began to publish sustainability report as a corporate responsibility to the environment. To increase the credibility of the sustainability report, the company did assurance, but not much research the topic of assurance. This study aimed to analyze the effect of assurance on the sustainability report to the market value of the company. This study used independent assurance, size, leverage, ROA, the type of industry to measure the market value of the company.

This study used secondary data documentation, they were sustainability report and annual report companies that listed on the Stock Exchange in 2011-2013. The sampling method used in this research is purposive sampling with some requirements. The number of samples obtained from these criteria were 36 companies with a total of 108 samples. in This study used multiple linear regression to test the hypothesis.

The results showed that the assurance negative and not significant effect to the market value of the company. Other variables such as the size (the size of the company), leverage, and the type of industry also did not have a significant effect. Only ROA which had a positive and significant effect to the market value of the company.

Keywords : assurance, sustainability report, market value company.

PENDAHULUAN

Assurance Sustainability Report merupakan topik penelitian yang belum banyak diteliti di Indonesia. *Assurance Sustainability Report* adalah jasa peningkatan kualitas dan kredibilitas laporan dengan cara memeriksa informasi yang ada di Laporan Keberlanjutan atau *Sustainability Report*.

Saat ini dunia bisnis mengalami pergeseran atas informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan. Informasi perusahaan yang dipublikasikan secara *traditional oriented* lebih fokus pada laba perusahaan. *Sustainable development* sebagai paradigma baru yang lebih memperhatikan keberadaan lingkungan perusahaan.

Keberadaan sebuah perusahaan tidak terlepas dari lingkungan sosial yang memiliki dampak secara langsung maupun tidak langsung. Dampak yang ditimbulkan dari perusahaan tersebut harus diiringi dengan kegiatan yang bersifat tanggung jawab. Oleh karena itu, sebagai wujud tanggung jawab dari perusahaan maka dilakukan bentuk kegiatan sosial yang sering disebut *Corporate Social Responsibility*.

Di Indonesia kegiatan *Corporate Social Responsibility* (interpretasi dan pelaporan) tidak lagi sukarela, namun sudah menjadi suatu etika dan tanggung jawab dengan landasan undang-undang yang mengaturnya. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 66 ayat (2) butir (c) disebutkan secara tegas agar Perseroan menyampaikan laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan.

Sustainability Report atau laporan berkelanjutan yang disusun oleh perusahaan merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas kegiatan CSR yang dilakukannya. Di dalam

¹ Corresponding author

Sustainability Report terdapat pula laporan CSR yang menjadi salah satu komponen pembentuknya. Untuk meningkatkan kredibilitas laporan tersebut, maka perusahaan melakukan *assurance* pada laporan berkelanjutan atau *sustainability report*.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *annual report* terhadap persepsi investor, yaitu Nurdin dan Fani (2006), Eipstain dan Freedman (2001) dalam Dahlia dan Veronica (2008) juga menemukan bahwa, investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam *annual report*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Almilia dan Wijayanto (2007) bahwa, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui peningkatan harga saham tiap periode. Pada penelitian Cho (2014), telah dilakukan penelitian untuk mengetahui hubungan dua hal, yaitu pengaruh pengungkapan CSR terhadap *assurance* laporan CSR, serta hubungan *assurance* laporan CSR dengan harga saham perusahaan. Pada penelitian Simnett (2009) tentang hubungan ukuran perusahaan yang lebih besar dengan keputusan melaksanakan *assurance* dan menggunakan jasa *assurance*. Selain itu Simnett juga meneliti pengaruh orientasi perusahaan pada *stakeholder* atau *shareholder* terhadap pengambilan keputusan melaksanakan *assurance* dan menggunakan jasa *assurance* pada sampel 2.113 perusahaan dari 31 negara yang berbeda pada tahun 2002-2004.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Penelitian ini didasarkan pada teori *stakeholder* dan legitimasi. Teori *stakeholder* dijelaskan bahwa perusahaan tidak hanya menjalankan aktivitasnya untuk kepentingan perusahaan sendiri, namun harus memberikan manfaat pada pihak-pihak yang menjadi tanggung jawabnya termasuk *stakeholder*. Legitimasi adalah suatu kondisi di mana sistem nilai sebuah entitas sama dengan sistem nilai dari sistem sosial masyarakat di mana suatu entitas menjadi bagian dari masyarakat (Lindholm, 1994). Legitimasi dalam perusahaan dianggap penting karena legitimasi masyarakat dan lingkungan dapat menjadi faktor strategis dalam perkembangan perusahaan. *Assurance* adalah jasa profesional independen yang meningkatkan kualitas informasi pada suatu laporan bagi para pengambil keputusan. *Assurance* umumnya dilakukan pada informasi yang terdapat di *sustainability report*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur, mengungkapkan (*disclose*), serta upaya perusahaan untuk menjadi perusahaan yang akuntabel bagi seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk tujuan kinerja perusahaan menuju pembangunan yang berkelanjutan.

Pengaruh *Assurance Sustainability Report* terhadap *Market Value* Perusahaan

Kebijakan perusahaan untuk melakukan *assurance* bukan tanpa alasan. Perusahaan akan melakukan *assurance* berdasarkan pertimbangan 2 hal, yaitu biaya dan manfaatnya. Manfaat yang dimaksud adalah meningkatnya kualitas informasi yang disajikan dalam laporan serta meningkatnya reputasi perusahaan (Simnett, 2009). Hal ini dapat dihubungkan dengan teori legitimasi, di mana perusahaan akan mendapat *image* yang baik dari masyarakat sebagai *benefit* dari tanggung jawab sosial perusahaan. *Image* dan reputasi yang baik menjadi pertimbangan investor untuk membeli saham perusahaan. Permintaan dari investor ini merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan harga saham perusahaan.

Penelitian Cho (2014) menunjukkan bahwa *assurance* laporan CSR tidak memiliki hubungan dengan harga saham sampel perusahaan. Cho berargumen bahwa ketidaksignifikanan ini disebabkan karena sampelnya yang terlalu sempit, yaitu laporan CSR perusahaan lokal di USA pada tahun 2010. Lebih fokus pada *assurance*-nya, pada penelitian Simnett (2009) menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran lebih besar akan cenderung mengambil keputusan untuk melaksanakan *assurance* untuk meningkatkan informasi laporan berkelanjutan mereka. Selain itu, perusahaan yang berorientasi pada *stakeholder* akan cenderung untuk melakukan *assurance* dengan mengambil tenaga *assurer* dari luar perusahaan.

H_1 = *Assurance sustainability report* perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *market value* perusahaan.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terbagi dalam 3 macam variable, yaitu variable independen, variable dependen dan variabel kontrol. Variabel independen yang digunakan adalah *assurance*

sustainability report. Pengukuran *assurance* dilakukan dengan *dummy*, yaitu angka 1 jika laporan tersebut telah dilakukan *assurance* dan angka 0 jika belum. Variabel dependen penelitian ini adalah *market value* dengan price earning ratio (PER). Pengukuran dilakukan dengan membandingkan harga per saham perusahaan dengan laba per saham perusahaan. Variabel kontrol yang digunakan ada 4, yaitu ukuran perusahaan (*size*), *return on ROA*, *leverage*, dan jenis industri. Ukuran perusahaan merupakan hasil logaritma dari total asset perusahaan. ROA merupakan perbandingan laba sebelum pajak perusahaan dengan total asset perusahaan. Leverage merupakan perbandingan total kewajiban perusahaan dengan total asset perusahaan. Jenis industri dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu perusahaan yang peka terhadap lingkungan (kimia, kertas, logam, minyak bumi, pertambangan dan galian) dan perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan (keuangan dan telekomunikasi). Pengukuran jenis industri dengan variabel *dummy* yaitu angka 1 untuk perusahaan yang peka terhadap lingkungan dan angka 0 untuk perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan.

Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* dilakukan dengan memberikan kriteria-kriteria tertentu untuk menentukan sampel mana yang diambil dari suatu populasi. Kriteria sampel dalam penelitian ini antara lain:

1. Sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013.
2. Perusahaan yang sahamnya aktif diperdagangkan selama periode pengamatan yaitu dari tanggal 1 Januari 2011 sampai dengan 31 Desember 2013.
3. Terdapat *sustainability report* atau laporan berkelanjutan perusahaan.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan uji regresi linier untuk mengetahui pengaruh *assurance sustainability report* terhadap *market value*. Penelitian ini harus melalui uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, autokorelasi, heterokedastisitas, dan normalitas) agar data yang diambil sebagai sampel dapat dilakukan uji regresi linier. Rumus regresi dalam penelitian ini adalah:

$$P_i = a_1 + B_1 \text{AssSR}_i + B_2 \text{Size} + B_3 \text{ROA}_i + B_4 \text{Leverage}_i + B_5 \text{Industri}$$

Keterangan:

- P : Harga saham sampel Perusahaan
 AssSR : Assurance pada *sustainability report*
 Size : Ukuran perusahaan
 Industri : Jenis industri perusahaan
 Leverage : Perbandingan kewajiban perusahaan terhadap total aset

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Tabel 1
Populasi dan Sampel Penelitian

	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang <i>listed</i> di BEI Tahun 2011-2013	485
Perusahaan yang tidak melaporkan <i>Sustainability Report</i>	449
Sampel Akhir	36

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013. Penelitian ini menggunakan laporan tahunan dan *sustainability report* (laporan berkelanjutan) pada tahun 2011-2013. Sampel diperoleh dengan mengakses langsung *website* perusahaan masing-masing secara langsung. Dari hasil penelusuran tiap *website* perusahaan, diperoleh 36 perusahaan yang melaporkan *sustainability report* mereka. Sampel akhir dalam penelitian ini adalah 36 perusahaan dengan tiap perusahaan diambil 3 tahun (tahun 2011-2013) laporan tahunan dan *sustainability report*. Hanya 8 perusahaan dari 36 perusahaan tersebut yang melakukan *assurance* pada *sustainability report* perusahaan.

Statistik Deskriptif

Tabel 2
Statistik Deskriptif pada Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Median	Standard deviation
Price Earning Ratio	108	-14,67	65,78	14,5493	12,4	10,98
Assurance	108	0	1	21	0	0,41
Size	108	12,5	14,87	13,5755	13,49	0,59
ROA	108	-0,17	0,54	0,1078	0,07	0,12
Leverage	108	0,13	1,02	0,5982	0,64	0,24
Jenis Industri	108	0	1	1,33	1	0,47

Sample frequencies

Assurance 8 (22,22%)

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Penelitian ini menggunakan 3 rasio ntuk menentukan *market value*, di mana nantinya hanya menggunakan 1 rasio yang hasil regresinya paling baik. Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa *Price-Earning Ratio* perusahaan memiliki nilai minimum -14,67 dan nilai maksimum 65,78. Rata-rata nilai *Price-Earning Ratio* perusahaan adalah 14,55 dan nilai mediannya adalah 12,4 dengan nilai *standard deviation* 10,98. *Range* pada variabel *Price-Earning Ratio* adalah 80,45 yaitu -14,67 sampai 65,78.

Assurance ditentukan melalui variabel *dummy* dari laporan *assurance* pada *sustainability report* perusahaan tersebut. Menurut Tabel 2 *assurance* perusahaan memiliki nilai minimum 0 dan nilai maksimum 1. Rata-rata nilai *assurance* perusahaan adalah 0,21 dan nilai mediannya adalah 0 dengan nilai *standard deviation* 0,41. *Range* pada variabel 1 yaitu 0 sampai 1.

Size atau ukuran perusahaan dihitung dengan rumus logaritma dari total aset perusahaan tersebut. Menurut Tabel, 4.2 *size* perusahaan memiliki nilai minimum 12,50 dan nilai maksimum 14,87. Rata-rata nilai *size* perusahaan adalah 13,58 dan nilai mediannya adalah 13,49 dengan nilai *standard deviation* 0,59. *Range* pada variabel adalah 2,36 yaitu 12,50 sampai 14,87.

ROA dihitung dengan rumus laba sebelum pajak dibagi dengan total aset perusahaan tersebut. Menurut Tabel 2, ROA perusahaan memiliki nilai minimum -0,17 dan nilai maksimum 0,54. Rata-rata nilai ROA perusahaan adalah 0,11 dan nilai mediannya adalah 0,71 dengan nilai *standard deviation* 0,12. *Range* pada variabel adalah 0,71 yaitu -0,17 sampai 0,54.

Leverage dihitung dengan rumus total liabilitas dibagi dengan total aset perusahaan tersebut. Menurut Tabel 2, *leverage* perusahaan memiliki nilai minimum 0,13 dan nilai maksimum 1,02. Rata-rata nilai *leverage* perusahaan adalah 0,60 dan nilai mediannya adalah 0,64 dengan nilai *standard deviation* 0,24. *Range* pada variabel adalah 0,88 yaitu 0,13 sampai 1,02.

Jenis industri menunjukkan apakah perusahaan tersebut peka terhadap lingkungan atau tidak. Menurut Tabel 2, jenis industri memiliki nilai minimum 1 dan nilai maksimum 2. Rata-rata

nilai jenis industri adalah 1,33 dan nilai mediannya adalah 1 dengan nilai *standard deviation* 0,474. *Range* pada variabel adalah 1 yaitu 1 sampai 2.

Pada penelitian ini perusahaan juga diklasifikasikan ke dalam 2 jenis utama, yaitu perusahaan yang peka terhadap lingkungan dan perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan. Berdasarkan klasifikasi tersebut, perusahaan jenis pertama yaitu perusahaan yang peka terhadap lingkungan, dapat dibagi ke dalam beberapa jenis: Industri, Konstruksi, Logistik, Tambang, dan Migas. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, 24 perusahaan (67%) adalah perusahaan yang peka terhadap lingkungan dan 12 perusahaan (33%) adalah perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan. Dari 24 perusahaan yang peka terhadap lingkungan, 10 perusahaan (27,91%) merupakan perusahaan industri, 5 perusahaan (13,96%) merupakan perusahaan konstruksi, 1 perusahaan (2,79%) merupakan perusahaan logistik, 1 perusahaan (2,79%) merupakan perusahaan migas, dan 7 perusahaan (19,54%) merupakan perusahaan tambang. Sementara itu, 12 perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan terdiri dari 9 perusahaan (24,75%) merupakan perusahaan keuangan, dan 3 perusahaan (5,25%) merupakan perusahaan telekomunikasi.

Tabel 3
Statistika Deskriptif pada Klasifikasi Perusahaan

Perusahaan	Jumlah	%
Perusahaan yang Peka terhadap Lingkungan (Kode = 1)	24	67,00
a. Industri	10	27,91
b. Konstruksi	5	13,96
c. Logistik	1	2,79
d. Migas	1	2,79
e. Tambang	7	19,54
Perusahaan yang Tidak Peka terhadap Lingkungan (Kode = 0)	12	33,00
a. Keuangan	9	24,75
b. Telekomunikasi	3	5,25

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Uji Regresi Linier

Tabel 4
Hasil Uji Regresi

Jumlah sampel 108			
Adj. R2 = 0,061 F-value = 2,380 p-value = 0,044			
Variabel	Unstandardized Beta Coefficients	t-statistics	Significance of t-statistic
(Constant)		2,416	0,017
Assurance	-0,290	-0,411	0,682
Size2	-0,172	-1,200	0,233
ROA2	0,365	2,717	0,008
Leverage2	0,079	0,542	0,589
Jenis Industri	-0,115	-1,212	0,228

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Hasil dari uji regresi telah dirangkum dalam Tabel 4 yang menjelaskan bagaimana pengaruh variabel independen (*assurance*) terhadap variabel dependen (PER). Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai Adj. R^2 adalah 0,061, yang memiliki arti bahwa sebesar 6,1% variabel dependen (*Price-Earning Ratio*) dijelaskan oleh variabel independen dan kontrol dalam penelitian ini. 93,9% variabel dependen dijelaskan oleh faktor lain selain model atau pun variabel dalam penelitian ini.

Nilai F pada hasil regresi menjelaskan bagaimana variabel independen dalam model regresi mempengaruhi variabel dependen. Nilai F pada hasil uji regresi adalah 2,380 dengan nilai p sebesar 0,044. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh kepada variabel dependen.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa ROA memiliki hubungan yang positif dan signifikan ($t = 2,717$; nilai $p = 0,008$) terhadap variabel dependen yaitu *price-earning ratio*. Sebaliknya, *assurance* perusahaan memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan ($t = -0,411$; nilai $p = 0,682$) terhadap *market value* perusahaan. Variabel kontrol lainnya juga menunjukkan hubungan yang tidak signifikan. *Size* atau ukuran perusahaan memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan ($t = -1,20$; nilai $p = 0,233$) terhadap variabel dependen. Variabel kontrol *leverage* dan jenis industri memiliki hubungan positif, tetapi tidak signifikan ($t = 0,542$; nilai $p = 0,589$) ($t = -1,212$; nilai $p = 0,288$).

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil Deskriptif Statistik menunjukkan bahwa pelaporan *sustainability report* didominasi oleh perusahaan yang peka terhadap lingkungan. Penelitian telah menemukan bahwa 67% dari total perusahaan yang melaporkan *sustainability report* adalah perusahaan yang peka terhadap lingkungan, sementara itu, perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan hanya mewakili 33% dari total perusahaan yang melaporkan *sustainability report*. Perusahaan yang peka terhadap lingkungan lebih banyak melaporkan *sustainability report* dibandingkan dengan perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan, hal ini dijelaskan juga oleh Cho (2014) bahwa perusahaan yang peka terhadap lingkungan melaporkan *sustainability report* dan melakukan *assurance* terhadap *sustainability report* untuk menjaga kualitas operasi produksi dan untuk memenuhi permintaan investor asing yang menginginkan kredibilitas *sustainability report*.

Hasil regresi penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel ROA yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu *market value*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi ROA perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat *market value* perusahaan. Variabel independen penelitian ini, yaitu *assurance sustainability report* juga menunjukkan hasil yang negatif dan tidak signifikan terhadap *market value*. Hasil regresi menunjukkan bahwa nilai t sebesar -0,411 yang berarti *assurance* memiliki hubungan yang negatif terhadap *market value*, serta nilai p sebesar 0,682 menunjukkan bahwa *assurance* memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap *market value*. Berdasarkan hasil regresi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak, karena hubungan antara *assurance* dan *market value* tidak signifikan.

Hasil regresi yang tidak signifikan tersebut disebabkan kurang proporsional atau ketidakseimbangan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kurang proporsionalnya data yang dimaksud adalah jumlah perusahaan yang melakukan *assurance* terlalu sedikit dibandingkan dengan jumlah sampel yang diambil. Penelitian menunjukkan hanya 22,22% perusahaan yang melakukan *assurance* pada *sustainability report* perusahaan. Deskriptif Statistik juga menunjukkan bahwa dari 36 sampel akhir, hanya 8 perusahaan yang melakukan *assurance* terhadap *sustainability report* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran perusahaan Indonesia yang terdaftar di BEI untuk melakukan *assurance* terhadap *sustainability report* perusahaan masih rendah. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu tingginya biaya untuk melakukan *assurance*, tidak adanya permintaan, perhatian, dan pertimbangan investor terhadap *assurance* perusahaan, dan masih sedikit perusahaan yang mengerti *assurance*.

Rendahnya tingkat *assurance* di Indonesia disebabkan juga karena sistem manajerial perusahaan yang hanya ingin mensejahterakan *shareholder* saja. Cho (2014) juga menjelaskan bahwa perusahaan USA didominasi oleh sistem manajerial yang berfokus pada kesejahteraan *shareholder*. Jika manajer mendapatkan keputusan bahwa investor tidak mempertimbangkan *assurance* pada *sustainability report*, maka pihak manajer tidak akan melakukan *assurance* karena harus mengeluarkan biaya yang lebih untuk *assurance*. Perhatian dan kesadaran terhadap *assurance* oleh perusahaan di Indonesia diharapkan dapat meningkat ke tahun berikutnya, karena

assurance dapat meningkatkan kredibilitas *sustainability report* yang seharusnya menjadi salah satu pertimbangan investor dalam menentukan perusahaan mana yang akan dilakukan penanaman modal.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Penelitian ini menggunakan populasi dari perusahaan yang terdaftar di BEI dari tahun 2011-2013. Berdasarkan hasil pengambilan sampel maka diambil 36 perusahaan yang melaporkan *sustainability report* dari tahun 2011-2013. Ringkasan dari hasil analisis penelitian ini adalah *assurance sustainability report* tidak dapat memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *market value* perusahaan. Hal ini disebabkan oleh tidak seimbang dan tidak proporsionalnya data yang digunakan dalam penelitian ini. Faktor lain yang menyebabkan penelitian ini tidak signifikan adalah tidak seimbang data yang digunakan dalam penelitian ini karena belum ada peraturan atau undang-undang yang mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk menyusun dan melaporkan *sustainability report* bahkan melakukan *assurance* pada *sustainability report*, sehingga hanya sedikit sampel yang dapat diambil dalam penelitian ini. Penelitian ini juga menunjukkan hanya 22,22% perusahaan yang digunakan sebagai sampel yang melakukan *assurance* terhadap *sustainability report*. Hal ini disebabkan karena tidak adanya permintaan dan pertimbangan dari investor terhadap *assurance sustainability report*, tingginya biaya untuk melakukan *assurance*, dan anggapan manajemen perusahaan bahwa *assurance* hanya akan meningkatkan pengeluaran perusahaan tanpa adanya manfaat yang diperoleh dari investor.

Keterbatasan Penelitian adalah data yang digunakan terbatas dan tidak proporsional, yaitu jumlah perusahaan yang melakukan *assurance* terlalu sedikit dibandingkan dengan jumlah perusahaan yang diambil sebagai sampel. Hal itu disebabkan karena pengambilan sampel hanya dilakukan pada perusahaan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya melihat ada tidaknya *assurance* pada *sustainability report* perusahaan.

REFERENSI

- Arifin , Ali . 2001. Membaca saham. Edisi Pertama. Andi Offset: Yogyakarta
- Anorago, P. dan Pakarti, P. 2001. *Pengantar Pasar Modal*. Edisi 3. Rineksa Cipta: Jakarta
- Almilia, Luciana, dan Dwi Wijayanto. 2007. "Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure terhadap Economic Performance", FEUI, *The 1st Accounting Conference*, 7-9 September 2007
- Balabanis, G, Hugh, JP & Lyall, J. 1998. "Corporate Social Responsibility and Economic Performance in the Top British Companies: Are They Linked?", *European Business Review*, vol.98, no.1, pp.25-44, retrieved April 12, 2007, from Emerald Insight database
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Sosial dan Lingkungan, *Jurnal Maksi*.8(2): 158–159.
- Cho, Charles H, Giovanna Michelon, Dennis M. Patten, dan Robin W. Roberts. 2014. "CSR report assurance in the USA: an empirical investigation of determinants and effects" *Emerald Sustainability Accounting, Management and Policy Journal* Vol. 5 No. 2, 2014 pp. 130-148
- Dahlia dan Veronica. 2008. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek Indonesia pada tahun 2005 dan 2006)". *Paper dipresentasikan pada Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak*
- DeAngelo, L. 1981. "Auditor size and audit quality". *Journal of Accounting and Economics* 3 (December):183–199.

Dendawijaya, Lukman. 2003. Manajemen Perbankan. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Eipstein, Marc J. and Martin Freedman. 1994. "Sosial Disclosure and the Individual Investor". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 7, No. 4, p.94-108

Kam, V. 1990. *Accounting Theory*. 2nd ed. John Wiley & Sons.

Kiroyan, Noke. 2006). "Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Adakah Kaitan di Antara Keduanya?", *Economics Business Accounting Review, Edisi III*, September-Desember 2006, Hal. 45-58.

Lindblom, C.K. 1994. "The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure". *paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York, NY

Mardiyanto, Handoyo. 2009. Intisari Manajemen Keuangan. Jakarta: PT Grasindo.

Natalia, Ria dan Josua Tarigan. 2014. "Pengaruh *Sustainability Report* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik dari Sisi Profitabilitas *Ratio*". *Business Accounting Review*, Vol. 2, NO. 1, 2014

Shobirin.2013."Pengaruh *Corporaate Social Responsibilty (CSR)* terhadap Kinerja Pasar Modal".Universias Udanaya, Bali

Simnett.2009."Assurance on Sustainability Reports: An International Comparison".*THE ACCOUNTING REVIEW American Accounting Association* Vol. 84, No. 3 DOI: 0.2308/accr.2009.84.3.937 009 pp. 937-967"

Solomon, Shira R dan Shlomo S. Sawilowsky. 2009 "Impact of Rank-Based Normalizing Transformation on the Accuracy of Test Scores. *Journal of Modern Applied Statistical Methods* November 2009, Vol. 8, No. 2, 448-462

Sudarmadji, Ardi Mudoko dan Lana Sularto. 2007. "Pengukuran Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Perusahaan terhadap Luas Voluntaru Disclosure Laporan Keuangan Tahunan". Universitas Gunadarma.

Utami, Sri dan Sawitri Dwi Prastiti. 2011. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*". *Jurnal Ekonomi Bisnis* Th 16 No 1, 2011

Watts, R. L., and J. L. Zimmerman. 1986. *Positive Accounting Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

Zorio, Ana, dkk. 2012. "*Sustainabioity Development and the Quality of Assurance Reports : Empirical Evidence*". *Business Strategy and the Environment Bus. Strat. Env*